

드림인사이트 (362990)

외형 확대를 위한 사전 준비 완료

기업개요

드림인사이트는 2012년 설립된 종합 디지털 광고 대행 업체로, 사업부문은 세부적으로 온라인 DA(Display Ad), 온라인 SA(Search Ad), 디지털OOH(Out of Home: 옥외광고), 바이럴 광고로 나뉜다. 또한 2024년 '라르츠', '디어캠프' 등의 자체브랜드를 설립, 동사가 보유한 마케팅 능력을 강점으로 건강기능식품, 생활, 뷰티제품을 판매하는 D2C 시장에 진출하며 사업영역을 확장중이다.

판관비 부담 증가, 부족한 외형성장

동사는 3Q25 매출액 53.5억원(+6.6% YoY, +18.4% QoQ)의 외형성장이 나타났으나, 영업이익 -6,868만원(적전 YoY, OPM -1.3%)을 기록하며 3분기 연속 영업적자를 기록했다. 2024년 D2C 사업 진출에 따른 판관비 부담이 가중된 가운데, 외형 성장폭이 증가한 비용을 상쇄하기에는 역부족이었다

- ① 판관비 증가: D2C 유통 법인 '주식회사 라르츠엑스' 연결 편입 속 종업원 수 증가, 제품 OEM 제작 방식에 따른 수수료 비용 추가, 커머스 제품 판매촉진비 등의 비용 상승이 주요하게 작용했다.
- ② 광고시장 부진: 동사 매출의 70% 이상을 차지하는 광고대행업 매출액은 전방산업 부진 지속 속 2025년 152억원(-6.9% YoY)의 역성장이 나타날 것으로 전망된다. 광고 유형별로 봤을 때는 온라인SA 및 디지털 OOH는 성장세가 견조하나, 온라인DA의 역성장이 전체 광고대행업 매출액 감소를 견인했다.

투자의 결실이 나타날 2026년

2026년은 투자에 대한 결실이 확인되며 매출액 270억원(30.8% YoY)/영업이익 34억원(흑자전환, OPM 13%)의 실적 개선세가 전망된다. 일시적으로 부진했던 광고대행업 부문의 회복, D2C 부문은 고마진 제품 중심 포트폴리오 재편이 기대된다.

- ① 광고취급과 견조, 해외플랫폼 진출 완료: 동사는 신규 인력확충을 통해 퍼포먼스 마케팅 부분 강화 및 글로벌 플랫폼 중심의 광고대행업 진출 준비를 완료했다. 또한 올해 연말 진행된 RFP 입찰을 통해 다수의 신규 광고주를 확보, 취급과 역시 견조한 성장세를 유지할 것으로 전망한다.
- ② D2C, 고마진 중심으로의 제품 포트폴리오 재편: 레저/스포츠 용품과 같은 저마진 품목 비중을 축소하고, 수익성이 높은 건강기능식품 위주 포트폴리오 재편을 통해 이익률 제고에 집중할 계획이다. 더 나아가 내년 1월 부터는 자체 코스메틱 브랜드 런칭을 통한 외형 확장 시도 역시 계획 중이다.

Valuation: 2026년 기준 8.3배, Peer Group 평균 10배

동사의 현재 주가는 2026년 예상 실적 기준 PER 8.3배로, 동종업계 평균 PER 10배 대비 저렴한 구간에 위치해 있다. 올해 D2C 사업 진출 속 전사 수익성이 악화되는 모습 나타났으나, 늘어난 비용이 대부분 고정비 성격이 강한 만큼 일정 수준의 매출 증가 이후에는 영업 레버리지 효과를 기대해볼 수 있다. 2026년 신규 광고주 확보에 따른 광고대행업 탑라인 성장 및 D2C 부문의 수익성 개선 고려 시 현재 주가의 추가적인 하방은 제한될 것으로 판단된다.

Company Brief

NR

액면가 100원
증가(2025.12.16) 1,731원

Stock Indicator

자본금	2십억원
발행주식수	1,680만주
시가총액	29십억원
외국인지분율	2.9%
52주 주가	1,594~2,570원
60일평균거래량	137,947주
60일평균거래대금	0.3십억원

주가수익률(%)	1M	3M	6M	12M
절대수익률	1.5	-22.5	-20.2	1.4
상대수익률	-4.7	-35.5	-42.1	-47.1

Price Trend



FY	2021	2022	2023	2024
매출액(억원)	-	151	174	165
영업이익(억원)	-	35	41	22
순이익(억원)	-	35	40	12
EPS(원)		240	277	73
BPS(원)		6,308	1,568	2,018
PER(배)				24.5
PBR(배)				0.9
ROE(%)		38.0	19.6	4.2
배당수익률(%)				0.8
EV/EBITDA(배)		5.8	3.9	5.7

주:K-IFRS 별도 요약 재무제표

[Mid-Small Cap]

신희철 2122-9187 shc4235@imfnsec.com

기업개요

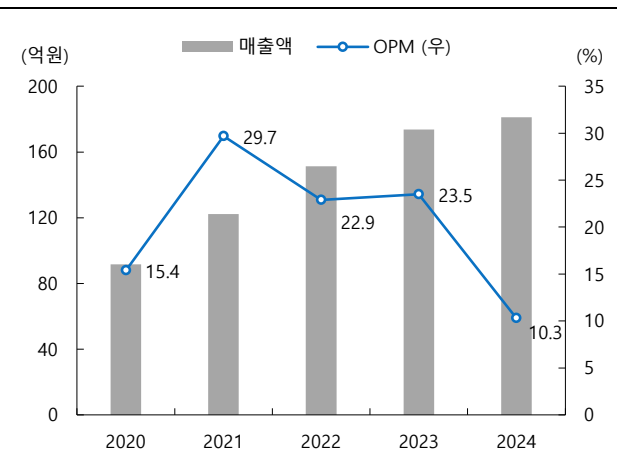
종합 광고대행사에서 D2C 사업 진출로 사업영역 확장 진행중

드림인사이트는 2012년 설립된 종합 디지털 광고 대행 업체로, 광고의 기획 및 제작부터 시작해 운영, 사후관리까지 토탈 솔루션을 제공하는 기업이다. 디지털 광고 사업 관련 대부분의 영역을 커버함으로써 다각화된 수익 창출 능력 및 다양한 고객사를 확보 중이며, 이를 바탕으로 광고 취급고는 2017년~2024년까지 연평균 성장률 57%의 고성장을 기록했다. 이에 따라 동사의 실적 역시 2013년 이후 흑자 지속 및 높은 수익성을 유지하고 있다.

동사는 2024년 5월 ‘라르츠엑스’라는 자체브랜드를 설립, 광고 대행업을 통해 키운 마케팅 역량을 바탕으로 D2C 커머스 시장에 진출하며 사업영역을 확장하고 있다. 온라인 스토어 개발 및 운영-마케팅-제품판매-고객관리를 직접 진행하고 있으며, 건강기능식품, 생활, 뷰티, 레저/스포츠 등의 제품을 OEM 방식으로 제조 후 판매하며 외형 성장을 시도 중이다.

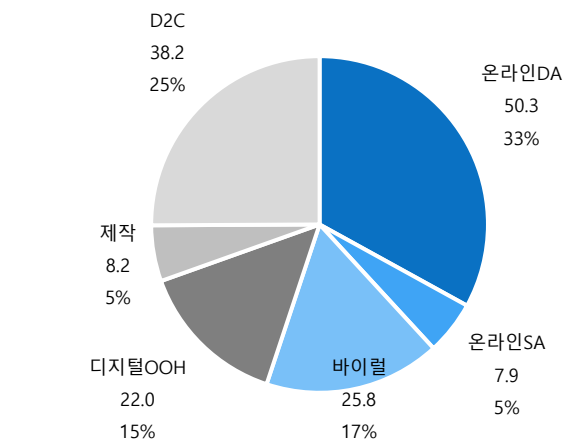
2025년 3분기 누적 기준 사업부문별 매출액 비중은 광고대행업 114억원(74%), D2C 38.2억원(25%)으로 나뉜다. 세부 항목 별로는 온라인DA(Display AD) 50.3억원(33%), 온라인SA(Search AD) 7.9억원(5%), 바이럴 25.8억원(17%), 디지털OOH(14%), D2C 38.2억원(25%)으로 분류된다.

그림1. 드림인사이트 2020~2024년 매출액 및 영업이익률 추이



자료: 드림인사이트, iM증권 리서치본부

그림2. 드림인사이트 사업부문별 매출액 비중 (2025년 3분기 누적 기준, 억원)



자료: 드림인사이트, iM증권 리서치본부

그림3. 드림인사이트 주요 제품 및 서비스



자료: iM증권 리서치본부

그림4. 드림인사이트 밸류체인



자료: 드림인사이트, iM증권 리서치본부

그림5. 드림인사이트 분기별, 연간 실적 테이블

(단위: 억원)	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25E	2024	2025E	2026E
매출액	43	45	45	48	51	50	54	52	181	206	270
YoY 증감률			-10%	0%	18%	13%	18%	7%	4%	14%	31%
QoQ 증감률		4%	1%	7%	5%	-1%	7%	-3%			
매출원가	0.0	0.0	1.5	2.9	2.9	3.0	3.2	3.2	4.4	12.3	13.5
매출원가율	0%	0%	3%	6%	6%	6%	6%	6%	2%	6%	5%
매출총이익	43	45	44	46	48	47	50	49	177	194	257
매출총이익률	100%	100%	97%	94%	94%	94%	94%	94%	98%	94%	95%
판매비 및 관리비	35	37	40	46	52	50	51	52	158	205	222
판매비율	82%	84%	88%	95%	103%	100%	95%	100%	87%	99%	82%
영업이익	7.7	7.2	4.1	-0.5	-4.3	-3.2	-0.7	-3.1	18.5	-11.3	34.2
영업이익률	18%	16%	9%	-1%	-8%	-6%	-1%	-6%	10%	-5%	13%
YoY 증감률			-59%	적자전환	적자전환	적자전환	적자전환	적자지속	-55%	-161%	흑자전환
QoQ 증감률	-39%	-6%	-43%	적자전환	적자지속	적자지속	적자지속	적자지속			
세전이익	-16.4	9.4	5.9	10.5	-3.3	-2.3	0.2	1.1	9.3	-4.3	41.3
당기순이익	-17.4	7.8	4.6	13.8	-2.9	-2.1	-0.1	0.8	8.7	-4.3	35.1
당기순이익률	-40%	17%	10%	29%	-6%	-4%	0%	2%	5%	-2%	13%
YoY 증감률			-55%	23%	적자지속	적자전환	적자전환	적자전환	-78%	적자전환	흑자전환
QoQ 증감률	적전	흑전	-41%	200%	적자전환	적자지속	적자지속	흑자전환			

자료: 드림인사이트, iM증권 리서치본부

3Q25 Review, 2025년 실적 전망

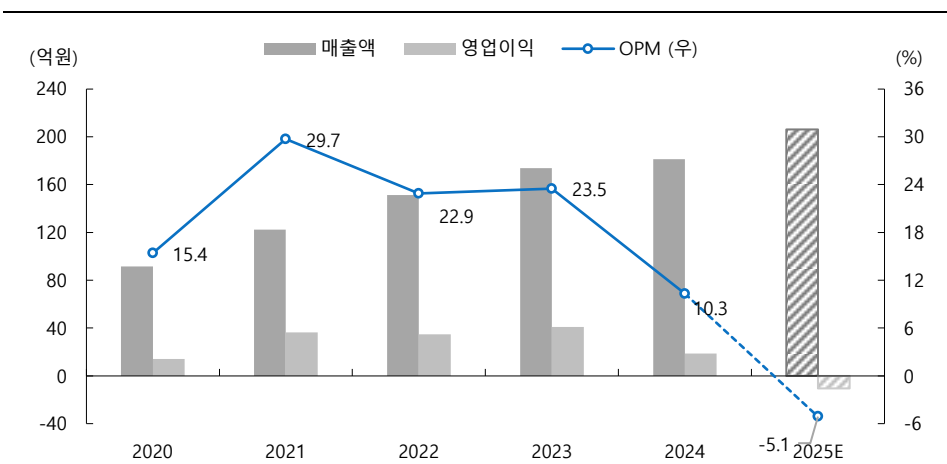
판관비 부담 증가, 부족한 외형성장

동사는 3Q25 매출액 53.5억원(+18.4% YoY, +6.6% QoQ), 누적 154억원을 기록하며 작년 3Q25 누적 매출액(133억원) 대비 +16.3%의 외형성장을 보였다. 광고대행부문 실적 부진에도 불구하고, 2024년 하반기 런칭한 D2C 브랜드 '라르츠엑스'의 실적 성장이 탑라인 확대를 견인했다.

다만 신규 사업 런칭에 따른 인건비, 판촉비 등의 판매관리비 상승 속 수익성은 악화되며 3Q25 영업이익은 -6,868만원(적자전환 YoY, OPM -1.3%)을 기록하며 3분기 연속 적자 흐름이 나타나고 있다.

4분기 역시 뚜렷한 개선 흐름을 기대하기는 어려워 보이며, 2025년 동사의 실적은 매출액 206억원(+13.9% YoY)/영업이익 -11.4억원(적자전환 YoY, OPM -5.5%)이 전망된다. 비교적 수익성이 높은 광고 대행업 부문의 매출액은 작년 대비 역성장할 것으로 추정되며, D2C 부문의 외형 성장이 아직까지는 늘어난 고정비 부문을 커버하지 못하는 상황이다.

그림6. 드림인사이트 연도별 매출액, 영업이익, OPM 추이



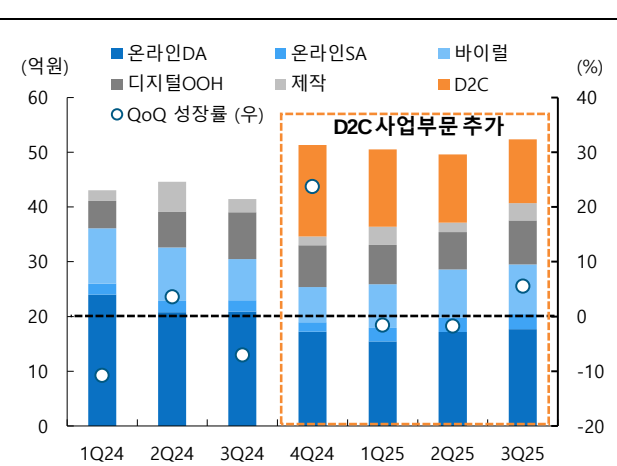
자료: 드림인사이트, iM증권 리서치본부

① 판관비 증가

동사의 매출액은 3분기 누적 기준 154억원(+16.3%, YoY)으로 D2C 사업 진출 속 외형 성장이 나타났으나, 동기간 판매 및 관리비 역시 153.5억원(+36.7% YoY)으로 상승하며 영업적자를 기록, 수익성이 악화됐다. ①D2C 제품 OEM 제작 방식에 따른 수수료 비용 추가, ②D2C 제품 판매촉진비 등의 비용 상승, ③광고대행부문 신규 1, 2 본부 신설에 따른 인력충원이 주요하게 작용했다.

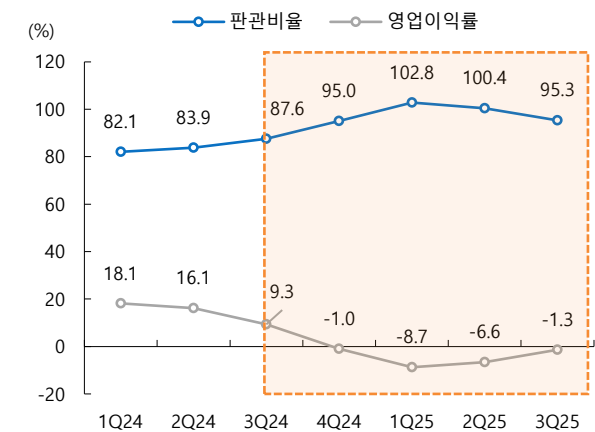
세부적으로 신규 사업 런칭 이전인 1H24와 올해 1H25를 비교했을 때, 인건비는 40.2억원(+18% YoY), 지급수수료는 10.2억원(+200% YoY), 판매촉진비 13억원(+550% YoY)으로 급증했다.

그림7. 드림인사이트 2020~2024년 매출액 및 영업이익률 추이



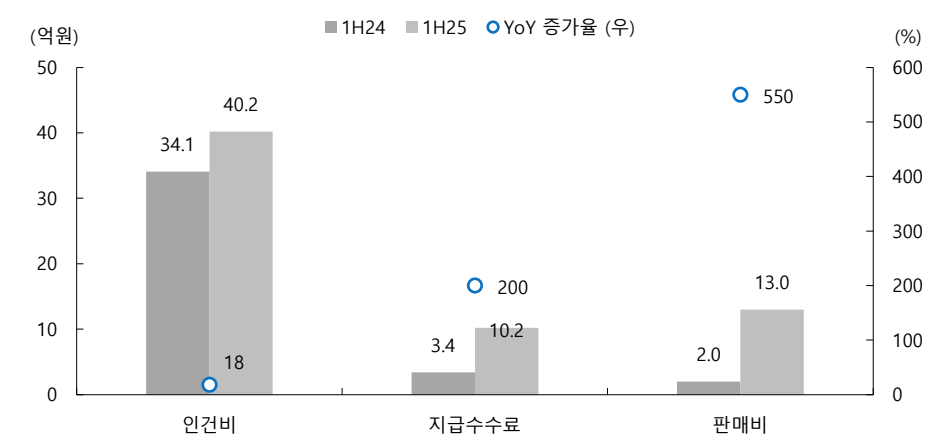
자료: 드림인사이트, iM증권 리서치본부

그림8. 드림인사이트 사업부문별 매출액 비중 (2025년 3분기 누적 기준, 억원)



자료: 드림인사이트, iM증권 리서치본부

그림9. 드림인사이트 판관비 주요 항목별 증가율



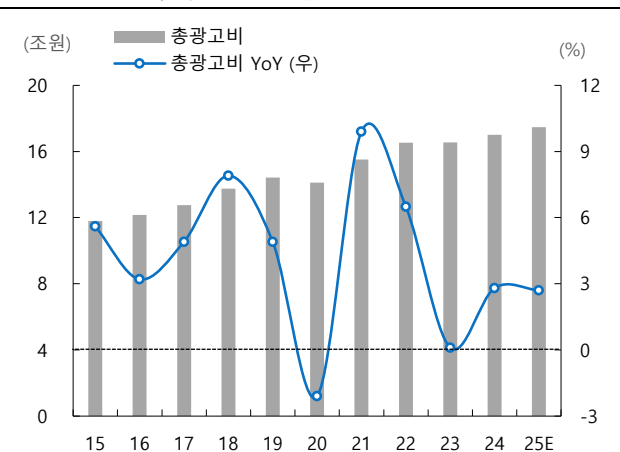
자료: 드림인사이트, iM증권 리서치본부

②광고대행업 부문 부진

동사 매출의 70% 이상을 차지하는 광고대행업 매출액은 전방산업 부진 지속 속 2025년 152억원(-6.9% YoY)의 역성장이 나타날 것으로 전망된다. 광고 유형별로 봤을 때는 온라인SA 및 디지털 OOH는 성장세가 견조하나, 온라인DA의 역성장이 전체 광고대행업 매출액 감소를 견인할 것으로 예상된다.

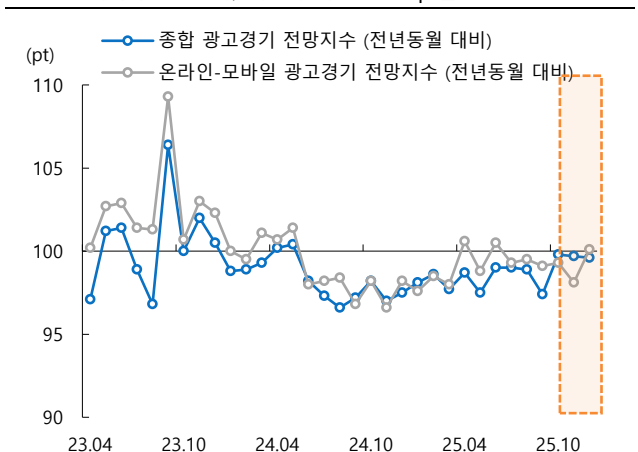
내수 경기 촉진 시도에도 불구하고 부진한 내수경기 상황 속 국내 광고주들의 판촉 비용 절감은 광고시장 위축세로 연결되고 있다. 4분기 계절 효과 속 광고경기전망 지수는 일시적으로 100pt를 상회하는 모습 나타났으나, 2023년 이후 (+) 성장세로 돌입했던 국내 광고비 총계는 성장률이 둔화될 것으로 전망되고 있다.

그림10. 국내 총광고비 전망치는 2024년 대비 상승하는 흐름 나타나나, 작년대비 성장률은 하락



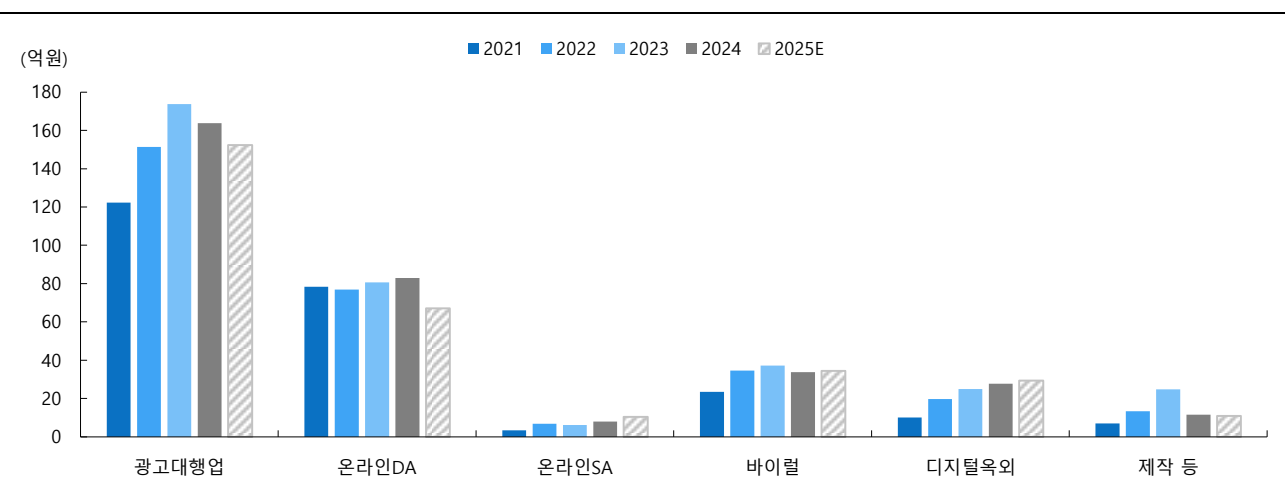
자료: 한국방송광고진흥공사, iM증권 리서치본부

그림11. 광고경기 전망지수는 2024년 하반기 소폭 개선되는 흐름 나타나고 있으나, 여전히 기준선 100pt를 하회



자료: 한국방송광고진흥공사, iM증권 리서치본부

그림12. 드림인사이트 광고유형별 매출액 매출액 추이 및 전망



자료: 드림인사이트, iM증권 리서치본부

투자의 결실이 나타날 2026년

2026년은 2025년 투자에 대한 결실이 확인되며 매출액 270억원(34.2% YoY) /영업이익 34.2억원(흑자전환 YoY, OPM 13%)의 실적 개선세가 전망된다. 동사는 2025년 신규 인력 확충을 통해 퍼포먼스 마케팅 부분을 강화했으며, 해외플랫폼 중심으로의 광고대행업 진출 준비를 완료했다. 이에 따라 2025년 부진했던 광고대행업 매출액이 회복될 것으로 기대된다. D2C 부문의 경우 마진이 높은 제품 중심으로의 포트폴리오 재편을 통한 수익성 개선이 기대된다.

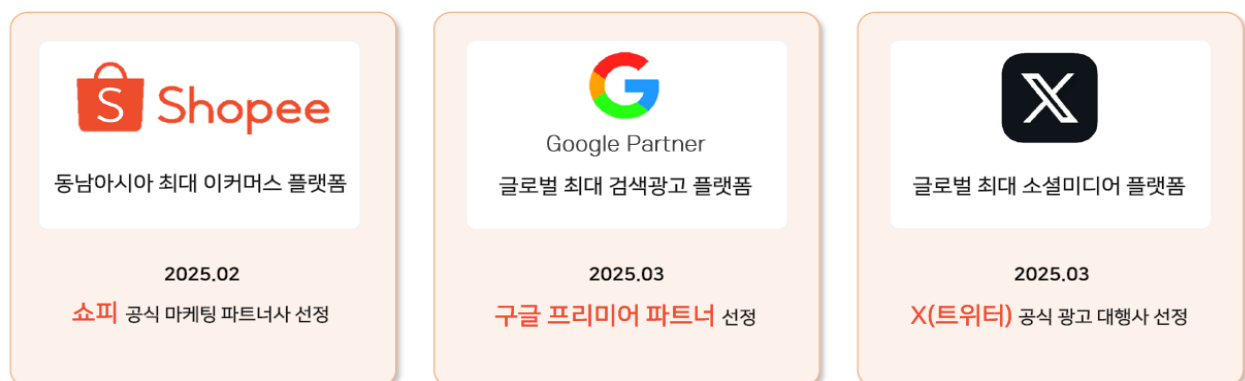
①광고 취급고는 견조, 신규 광고주 확보에 따른 광고대행부문 사업 개선

올해 일시적으로 부진했던 광고대행부문은 2026년 견조한 회복세가 나타날 것으로 전망된다. 동사는 강남 1본부 및 IMC 2본부 신설을 통해 퍼포먼스 마케팅 부문 인력을 충원했으며, 아마존, 쇼피 등 국내 제조사의 해외플랫폼 진출 수요를 충족하기 위한 해외 전담 인력 준비를 완료했다. 더 나아가 올해 초에는 글로벌 주요 플랫폼과의 공식 파트너십까지 확보했다.

취급고 역시 견조한 성장세가 나타날 것으로 전망된다. 동사는 올해 연말 진행된 RFP 입찰을 통해 다수의 신규 광고주를 확보, 2026년 실적 성장의 기반을 마련했다. 기존 광고주들의 계약 유지율 역시 통상 92% 수준으로 높아, 고객 이탈에 대한 우려 역시 적다. 이에 따라 신규 수주 효과가 온전히 광고대행업 부문의 외형 확대에 연결될 전망이다.

그림13. 드림인사이트 밸류체인

세계적 디지털 플랫폼과의 공식 파트너십 확보로 차별화된 서비스 역량 구축

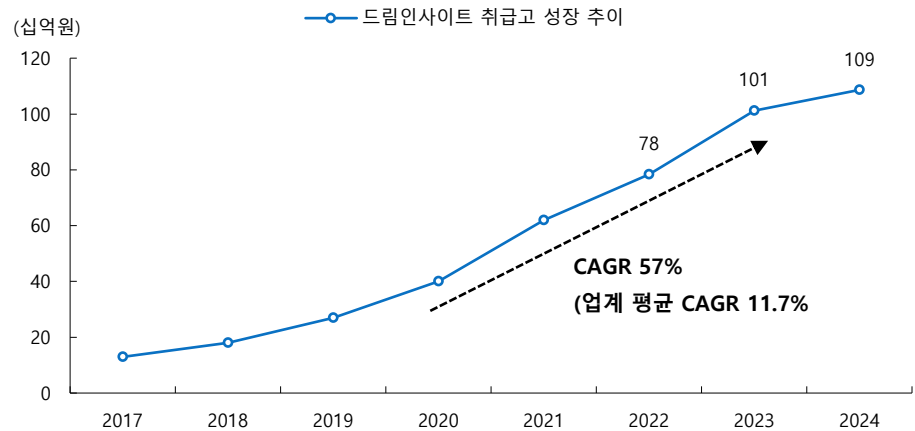


파트너십 혜택

- ✓ 수수료 우대 및 우선 정보 접근권 : 1~2% 수수료 혜택(구글 프리미어 파트너), 내부 데이터, 신규 광고 상품 베타 테스트 참여 기회 제공
- ✓ 플랫폼 차원의 광고주 연결 : 플랫폼 차원에서 광고주 소개 및 홍보를 통해 신규 비즈니스 연결 기회 제공
- ✓ 글로벌 시장 진출 가속화 : 공식 파트너 지위로 해외 광고주들에게 신뢰도 확보 용이

자료: 드림인사이트, iM증권 리서치본부

그림14. 드림인사이트 취급고 성장 추이



자료: 드림인사이트, 한국광고총연합회, ADZ 광고계동향, iM증권 리서치본부

②D2C, 고마진 중심으로의 제품 포트폴리오 개편

D2C 사업부문은 수익성 중심의 체질 개선이 기대된다. 레저/스포츠, 생활용품과 같은 기존의 저마진 품목 비중을 축소하고, 수익성이 높은 건강기능식품(OPM 약 40%) 위주로의 제품 라인업을 재편, 이익률 제고에 집중할 계획이다.

또한 내년 1월 자체 코스메틱 브랜드 런칭을 통해 외형 확장을 시도하고 있다. 동사는 과거 다수의 신생 뷰티 브랜드들을 대상으로 광고대행 사업을 진행, 해당 광고주들을 인큐베이팅 하면서 마케팅 노하우 및 데이터를 축적했다. 이를 통해 획득한 광고비 집행 대비 매출 전환율(ROAS: Return on Ad spend) 등의 검증된 통계데이터를 활용, 신규 브랜드의 시장 안착 및 점진적인 매출 증가가 기대된다.

그림15. 드림인사이트 D2C 건강기능식품 맨즈텐MAX



자료: 드림인사이트, iM증권 리서치본부

그림16. 드림인사이트 D2C 건강기능식품 우먼올핏



자료: 드림인사이트, iM증권 리서치본부

Valuation: 2026년 기준 8.3배, Peer Group 평균 10배

동사의 현재 주가는 2026년 예상 실적 기준 PER 8.3배로, 동종업계 평균 PER 10배 대비 낮은 수준에 형성되어 있다. 올해 D2C 사업 진출에 따른 전사 수익성 악화 속 적자 전환한 부분이 주가 하방 요인으로 작용했다.

2026년 신규 광고주 확보에 따른 광고대행업 탑라인 회복, D2C 부분의 수익성 개선 고려 시 현재 주가의 추가적인 하방은 제한될 것으로 판단된다. 올해 늘어난 비용이 대부분 고정비 성격이 강한 만큼 일정 수준의 매출 증가 이후에는 영업 레버리지 효과를 기대해볼 수 있다

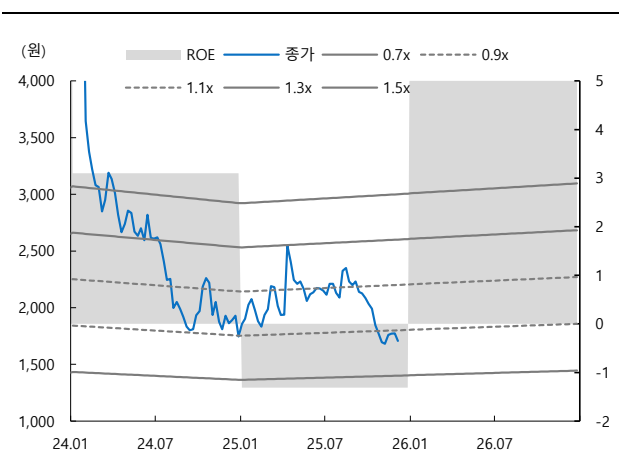
그림17. 드림인사이트 및 국내 Peer Group Valuation (단위: 십억원, 배)

종목명	주가	시가총액	매출액			PSR			PER			PBR		
			24	25E	26E	24	25E	26E	24	25E	26E	24	25E	26E
드림인사이트	1,730	29	18	21	27	1.6	1.4	1.1	33.4	-67.8	8.3	0.9	0.9	0.8
제일기획	23,050	2,652	4,344	4,536	4,732	0.6	0.6	0.6	12.8	12.6	11.0	1.8	1.7	1.7
이노션	18,970	759	2,121	2,097	2,159	0.4	0.4	0.4	7.6	8.8	7.3	0.8	0.7	0.7
KT 나스미디어	13,280	154	143	117	134	1.1	1.3	1.1	-23.8	14.0	8.6	0.8	0.8	0.7
레뷰코퍼레이션	11,010	123	49	56	62	2.5	2.2	2.0	18.8	17.5	14.6	2.7	2.4	2.1
FSN	1,907	83	266	0	0	0.3	-	-	-10.4	-	-	1.4	-	-
인크로스	6,900	89	49	0	0	1.8	-	-	9.1	-	-	0.7	-	-
이엠넷	2,030	45	36	0	0	1.2	-	-	7.9	-	-	0.5	-	-
플레이디	4,620	59	39	0	0	1.5	-	-	13.8	-	-	0.7	-	-
Peer Avg.						1.2	1.2	1.0	7.7	13.2	10.0	1.1	1.3	1.2

자료: Quantwise, iM증권 리서치본부

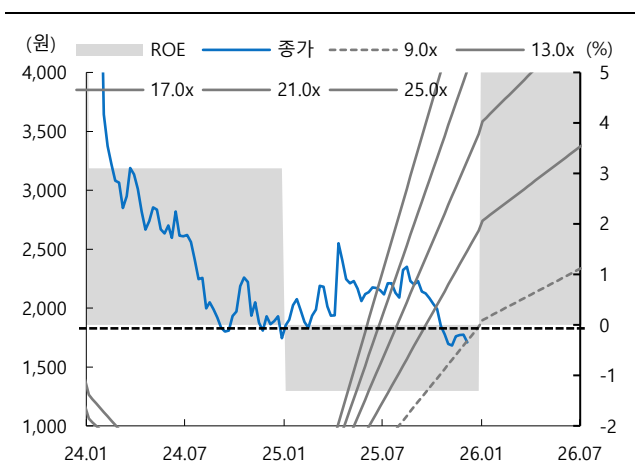
주1: 드림인사이트 및 Peer Group Valuation은 당사 및 Quantwise 추정치 기준

그림18. 드림인사이트 12개월 선행 PSR Band



자료: Quantwise, iM증권 리서치본부

그림19. 드림인사이트 12개월 선행 PER Band



자료: Quantwise, iM증권 리서치본부

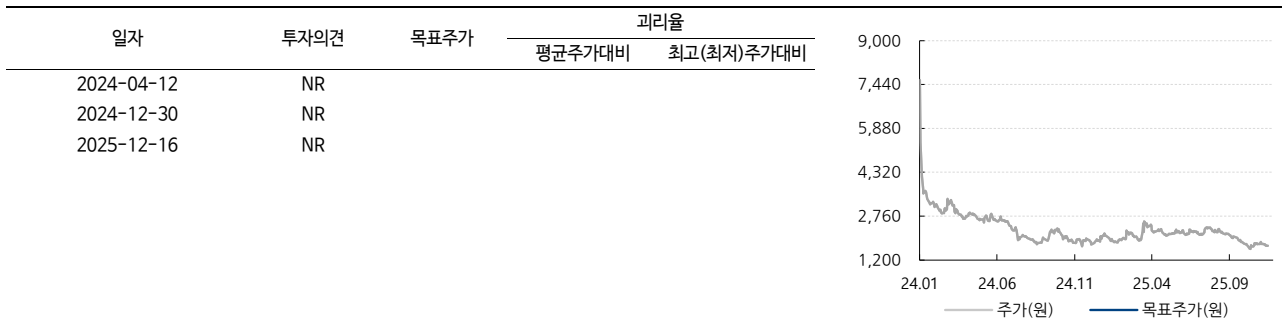
K-IFRS 별도 요약 재무제표

재무상태표					포괄손익계산서				
(억원)	2021	2022	2023	2024	(억원,%)	2021	2022	2023	2024
유동자산	-	160	223	257	매출액	-	151	174	165
현금 및 현금성자산	-	56	108	95	증가율(%)	-	-	14.8	-4.8
단기금융자산	-	20	33	92	매출원가	-	-	-	-
매출채권	-	67	15	11	매출충이익	-	151	174	165
재고자산	-	-	-	-	판매비와관리비	-	117	133	144
비유동자산	-	132	129	238	연구개발비	-	-	-	9
유형자산	-	108	108	158	기타영업수익	-	-	-	-
무형자산	-	1	1	11	기타영업비용	-	-	-	-
자산총계	-	293	353	496	영업이익	-	35	41	22
유동부채	-	80	99	102	증가율(%)	-	-	18.0	-46.4
매입채무	-	-	-	-	영업이익률(%)	-	22.9	23.5	13.2
단기차입금	-	13	13	23	이자수익	-	2	5	9
유동성장기부채	-	4	4	1	이자비용	-	1	1	2
비유동부채	-	29	26	55	지분법이익(손실)	-	-	-	-
사채	-	-	-	-	기타영업외손익	-	0	0	-26
장기차입금	-	24	24	51	세전계속사업이익	-	37	44	12
부채총계	-	110	125	156	법인세비용	-	2	4	1
지배주주지분	-	-	-	-	세전계속이익률(%)	-	24.3	25.3	7.5
자본금	-	15	15	17	당기순이익	-	35	40	12
자본잉여금	-	30	30	154	순이익률(%)	-	23.0	23.1	7.1
이익잉여금	-	133	173	185	지배주주귀속 순이익	-	-	-	-
기타자본항목	-	-3	-4	-7	기타포괄이익	-	1	-1	-3
비지배주주지분	-	-	-	-	총포괄이익	-	36	39	9
자본총계	-	183	227	339	지배주주귀속총포괄이익	-	-	-	-

현금흐름표					주요투자지표				
(억원)	2021	2022	2023	2024		2021	2022	2023	2024
영업활동 현금흐름	-	10	78	33	주당지표(원)				
당기순이익	-	35	40	12	EPS		240	277	73
유형자산감가상각비	-	10	10	11	BPS		6,308	1,568	2,018
무형자산상각비	-	0	0	0	CFPS		312	349	139
지분법관련손실(이익)	-	-	-	-	DPS	-	-	-	14
투자활동 현금흐름	-	-66	-22	-73	Valuation(배)				
유형자산의 처분(취득)	-	-	-	-	PER				24.5
무형자산의 처분(취득)	-	-	0	10	PBR				0.9
금융상품의 증감	-	-	-	-	PCR				12.8
재무활동 현금흐름	-	19	-4	26	EV/EBITDA		5.8	3.9	5.7
단기금융부채의증감	-	24	-	37	Key Financial Ratio(%)				
장기금융부채의증감	-	24	-	37	ROE		38.0	19.6	4.2
자본의증감	-	-	-	-8	EBITDA이익률		29.8	29.5	19.7
배당금지급	-	-	-	-	부채비율		59.9	55.0	46.1
현금및현금성자산의증감	-	-38	52	-13	순부채비율	-	-19.5	-44.3	-33.1
기초현금및현금성자산	-	94	56	108	매출채권회전율(x)	-	4.5	4.3	12.7
기말현금및현금성자산	-	56	108	95	재고자산회전율(x)	-	-	-	-

자료 : 드림인사이트, iM증권 리서치본부

드림인사이트 투자이견 및 목표주가 변동추이



Compliance notice

당 보고서 공표일 기준으로 해당 기업과 관련하여,

- 하이제6호기업인수목적(주)와 합병에 의하여 상장한 기업으로 코스닥 상장 규정에 의한 의무발행 자료임을 고지합니다.
- 회사는 2024년 1월 25일 코스닥에 상장된 드림인사이트의 IPO 주관사로 참여하였습니다.
- 회사는 해당 종목을 1.96% 보유하고 있습니다.
- 금융투자분석사와 그 배우자는 해당 기업의 주식을 보유하고 있지 않습니다.
- 당 보고서는 기관투자자 및 제 3자에게 E-mail등을 통하여 사전에 배포된 사실이 없습니다.
- 회사는 6개월간 해당 기업의 유가증권 발행과 관련 주관사로 참여하지 않았습니다.
- 당 보고서에 게재된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인합니다.

본 분석자료는 투자자의 증권투자를 돕기 위한 참고자료이며, 따라서, 본 자료에 의한 투자자의 투자결과에 대해 어떠한 목적의 증빙자료로도 사용될 수 없으며, 어떠한 경우에도 작성자 및 당사의 허가 없이 전제, 복사 또는 대여될 수 없습니다. 무단전제 등으로 인한 분쟁발생시 법적 책임이 있음을 주지하시기 바랍니다.

[투자이견]

종목추천 투자등급	산업추천 투자등급
종목투자이견은 향후 12개월간 추천일 증가대비 해당종목의 예상 목표수익률을 의미함.	시가총액기준 산업별 시장비중대비 보유비중의 변화를 추천하는 것임
· Buy(매수): 추천일 증가대비 +15% 이상	· Overweight(비중확대)
· Hold(보유): 추천일 증가대비 -15% ~ 15% 내외 등락	· Neutral(중립)
· Sell(매도): 추천일 증가대비 -15% 이상	· Underweight(비중축소)

[투자등급 비율 2025-09-30 기준]

매수	중립(보유)	매도
91%	8.3%	0.7%